



**PERANCANGAN LOGO ULANG TAHUN JTV KE-16 DI PT. JAWA POS  
MEDIA TELEVISI**

**KERJA PRAKTIK**

**Program Studi**  
**S1 Desain Komunikasi Visual**



**Oleh:**

**Ahmad Balya**

**14420100002**

---

---

**FAKULTAS TEKNOLOGI DAN INFORMATIKA**  
**INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA STIKOM SURABAYA**  
**2017**

## ABSTRAK

Brand atau merek tidak dapat dipisahkan dari logo, karena logo merupakan elemen utama dalam membentuk identitas sebuah perusahaan. Logo bukanlah hanya sekedar pelengkap atau formalitas dari sebuah perusahaan, logo mengisyaratkan kepribadian perusahaan.

Permasalahan pada Kerja Praktik ini adalah bagaimana merancang design logo ulang tahun JTV yang ke - 16 acaranya akan dilaksanakan november 2017. Hasil dari pembuatan solusi ini adalah suatu desain logo yang bisa digunakan untuk memberikan ciri khas dan identitas yang kuat pada sebuah event yang fungsinya agar event tersebut dapat dikenal dan diterima oleh masyarakatnya. Proses perancangan karya yang meliputi brief , sketch , alternative sketch, coloring, final artwork.

**Kata kunci :** *Logo, brand, event, identity*

stikom  
SURABAYA

Peneliti

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiii</b>
 <b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	 <b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Perumusan Masalah .....	2
1.3 Batasan Masalah.....	2
1.4 Tujuan .....	3
1.5 Manfaat .....	3
1.5.1 Manfaat Teoritis .....	3
1.5.2 Manfaat Praktis .....	3
 <b>BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN .....</b>	 <b>6</b>
2.1 Profil PT.Jawa Pos Media Televisi .....	6
2.2 Sejarah Perusahaan.....	7
2.3 Visi dan Misi Perusahaan.....	8

2.4 Motto dan Motto Produksi .....	9
2.4 Struktur Perusahaan .....	10
2.5 Alamat dan Kontak Perusahaan .....	11
<b>BAB III LANDASAN TEORI.....</b>	<b>12</b>
3.1 Logo .....	12
3.2 Warna .....	18
3.3 Typografi.....	22
3.4 Elemen Desain .....	24
3.4.1 Elemen Dasar Desain .....	24
3.4.2 Prinsip Dasar Desain.....	28
<b>BAB IV METODE PERANCANGAN.....</b>	<b>30</b>
4.1 Brief.....	30
4.2 Penentuan Konsep Logo .....	30
4.3 Perancangan Karya.....	30
4.3.1 Sketch Logo .....	30
4.3.2 Alternative Logo .....	31
4.3.3 Refine Sketch .....	32
4.3.4 Computerize .....	33
4.3.5 Coloring .....	34
4.3.6 Final Artwork.....	36

<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>37</b>
5.1 Kesimpulan .....	37
5.2 Saran.....	38
 <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>39</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>40</b>



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

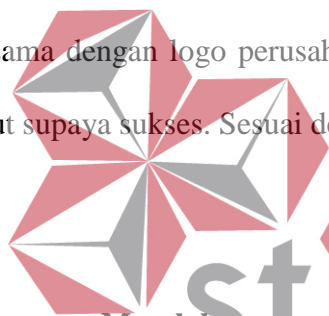
### **1.1 Latar Belakang**

PT. Jawa Pos Media Televisi (JTV) merupakan televisi lokal pertama di Indonesia. Tayang perdana 8 November 2001 dengan durasi tayang 10 jam sehari dengan 95 persen produksi sendiri (in house). Berkantor pusat di Gedung JTV, kompleks Graha Pena Jl. A. Yani 88 Surabaya. Jawa Timur yang berpenduduk 36,3 juta (Sensus tahun 2004). Tersebar di 38 kabupaten dan kota. Potensi ini memerlukan media untuk berekspresi dan mengapresiasi potensi lokalnya. Ciri khas JTV adalah mengangkat dinamika Jawa Timur dengan tiga bahasa utama lokalnya, yakni, Suroboyoan, Bahasa Madura, dan Bahasa Kulonan (Mataraman). Pada kali ini penulis akan merancang design logo ulang tahun JTV yang ke - 16 acaranya akan dilaksanakan november 2017.

Brand atau merek tidak dapat dipisahkan dari logo, karena logo merupakan elemen utama dalam membentuk identitas sebuah perusahaan. Logo bukanlah hanya sekedar pelengkap atau formalitas dari sebuah perusahaan, karena logo mengisyaratkan kepribadian perusahaan. Penggunaan logo sebagai identitas telah muncul sejak tahun sebelum masehi, pada jaman kekaisaran Romawi dan mengalami beberapa fase perkembangan hingga saat ini.

Logo bisa menggunakan elemen apa saja: tulisan, logo gram, gambar, ilustrasi dan lain-lain (Surianto Rustan, 2009:13). Logo merupakan bentuk gambar atau huruf dengan arti tertentu dan mewakili suatu arti perusahaan, produk, daerah, perkumpulan, dan lain sebagainya yang di anggap membutuhkan singkatan dan mudah untuk di ingat. Sebuah logo yang baik menggunakan pilihan warna, agar mampu menarik perhatian konsumen.

Fungsi dari logo untuk sebuah event adalah sebagai pembeda agar logo tidak sama dengan logo perusahaan, dan membangun sebuah image untuk event tersebut supaya sukses. Sesuai dengan karakter dari event tersebut.



INSTITUT BISNIS  
& INFORMATIKA

stikom

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka permasalahan pada laporan kerja praktik ini dapat dirumuskan sebagai berikut “*Bagaimana Merancang Logo Ulang tahun JTV Ke-16 Di PT. Jawa Pos Media Televisi ?*”

## 1.3 Batasan Masalah

Agar pembahasan dalam laporan kerja praktik ini dapat terfokus dan tidak terlalu meluas, maka diperlukan batasan-batasan mengenai permasalahan yang ada yaitu:

Merancang sebuah logo ulang tahun JTV Ke-16 Di PT. Jawa Pos Media Televisi tanpa mengubah informasi yang ada pada perusahaan tersebut.

## 1.4 Tujuan

Tujuan yang ingin dicapai dari pembuatan laporan kerja praktik ini adalah untuk merancang Logo Ulang tahun JTV Ke-16 Di PT. Jawa Pos Media Televisi .

## 1.5 Manfaat

### 1.5.1 Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis dari perancangan logo ini adalah

- a. Menambah pengetahuan umum tentang desain logo event.
- b. Sebagai Referensi dan penambahan wawasan masyarakat dalam membuat desain logo yang sesuai dengan citra dari perusahaan.

### 1.5.2 Manfaat Praktis

Manfaat praktis yang dihasilkan dari penelitian ini diharapkan dapat diimplementasikan pada siaran yang ada di stasiun televisi tersebut. Dan juga diharapkan dapat memberikan informasi mengenai produk-produk PT. Jawa Pos Media Televisi.

## 1.6 Pelaksanaan

### a. Detail Perusahaan

Nama perusahaan : PT. Jawa Pos Media Televisi (JTV)

Nama Penyelia : Endro Sri Wasono

Jasa : Pertelevision



Alamat : Gedung Graha Pena Lt. 1 – Jl. Ahmad Yani 88  
 Surabaya

Telepon : (031) 8202170

Fax : (031) 8250062

E-mail : [contact@jtv.co.id](mailto:contact@jtv.co.id)

Website : [www.jtv.co.id](http://www.jtv.co.id)

b. Periode

Tanggal pelaksanaan : 03 Juli 2017 – 1 Agustus 2017

Waktu : 08.00 – 16.00 WIB

Bagian : Promo Grafis

**BAB I PENDAHULUAN**

Pada bab ini mengenai latar belakang masalah, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan yang ingin dicapai, dan kontribusi serta sistematika penulisan laporan kerja praktek.

**BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN**

Pada bab ini berisikan mengenai penjelasan secara singkat sejarah atau struktur organisasi, lokasi perusahaan, fungsi, visi dan misi, tugas, tanggung jawab dan wewenang dari perusahaan PT. Jawa Pos Media Televisi.

### **BAB III LANDASAN TEORI**

Pada bab ini berisikan tentang segala sesuatu teori penunjang yang diharapkan menjelaskan secara singkat mengenai landasan yang digunakan untuk mendukung pembuatan laporan kerja praktek dan segala keterkaitan.

### **BAB IV DESKRIPSI PEKERJAAN**

Bab ini akan membahas karya yang dimana hasil selama perancangan pada masa kerja praktek di PT. Jawa Pos Media Televisi yang berdasarkan permasalahan yang sudah dijelaskan sebelumnya nantinya akan di implementasikan ke perusahaan.

### **BAB V PENUTUP**

Pada bab ini berisikan kesimpulan dan saran selama pembuatan logo untuk ulang tahun JTV yang Ke 16 Di PT. Jawa Pos Media Televisi.

## BAB II

### GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

#### 2.1 Profil Perusahaan

PT. Jawa Pos Media Televisi (JTV) adalah perusahaan pertelevisian yang didirikan di Surabaya sebagai salah satu saluran televisi yang ada di Jawa Timur.

PT. Jawa Pos Media Televisi memiliki banyak program yang berkualitas seperti pojok 7, stasiun dangdut, pojok kampung, solusi sehat, padhange ati, dan lain sebagainya.



Gambar 2.1

Ruang Kerja JTV

## 2.2 Sejarah Perusahaan

PT. Jawa Pos Media Televisi (JTV) merupakan televisi lokal pertama di Indonesia. Tayang perdana 8 November 2001 dengan durasi tayang 10 jam sehari dengan 95 persen produksi sendiri (in house).

Berkantor pusat di Gedung JTV, kompleks Graha Pena Jl. A. Yani 88 Surabaya. Jawa Timur yang berpenduduk 36,3 juta (Sensus tahun 2004). Tersebar di 38 kabupaten dan kota.

Potensi ini memerlukan media untuk berekspresi dan mengapresiasi potensi lokalnya. Ciri khas JTV adalah mengangkat dinamika Jawa Timur dengan tiga bahasa utama lokalnya, yakni, Suroboyoan, Bahasa Madura, dan Bahasa Kulonan (Mataraman).

Tahun 2007, JTV membentuk jaringan televisi grup Jawa Pos lainnya, bernama Jeliti (Jejaring Televisi Lokal Indonesia). Yang beranggotakan yaitu Jawa Timur (JTV dan SBO), Jawa Barat (Pajajaran/PJTV), Riau (RTV), Batam (Batam TV), Sulawesi Selatan (Fajar TV), Sumatera Selatan (PAL TV), Sumatera Barat (Padang TV), Kalimantan Barat (Pontianak TV), dan akan ada Jaringan televisi grup yang baru yaitu dari Kalimantan Timur, Kalimantan Tengah, Sumatera Utara dan Jawa Tengah.



Gambar 2.2

Tampak depan Gedung JTV

INSTITUT BISNIS  
& INFORMATIKA  
**stikom**  
SURABAYA

## 2.3 Visi dan Misi Perusahaan

### VISI

- Lahir dari gagasan inovatif untuk menjadikan sebagai lembaga penyiaran swasta Jawa Timur yang berbasis lokal. Bersikap independen, objektif dan jujur. Berpartisipasi dalam usaha pembedayaan masyarakat.
- Membangun pertelevisian yang berkarakter dan berciri khas Jawa Timur serta ikut melakukan pencerahan terhadap segala potensi dan seni budaya Jawa Timur.

## MISI

- Ikut mencerdaskan bangsa terutama masyarakat Jawa Timur melalui program-program siaran dan berita.
- Menggali, mencerahkan dan menggairahkan kehidupan kehidupan sosial budaya Jawa Timur.
- Menjadi partner bagi masyarakat dan pemerintah daerah dalam mendorong dan meningkatkan pertumbuhan ekonomi, terutama daerah Jawa Timur.
- Menjaga dan meningkatkan kerukunan antar umat beragama, etnis dan golongan.

### 2.4 Motto dan Motto Produksi

#### MOTTO

SATUS PERSEN JAWA TIMUR SURABAYA

#### MOTTO PRODUKSI

LOKAL, NAKAL DAN MASAL

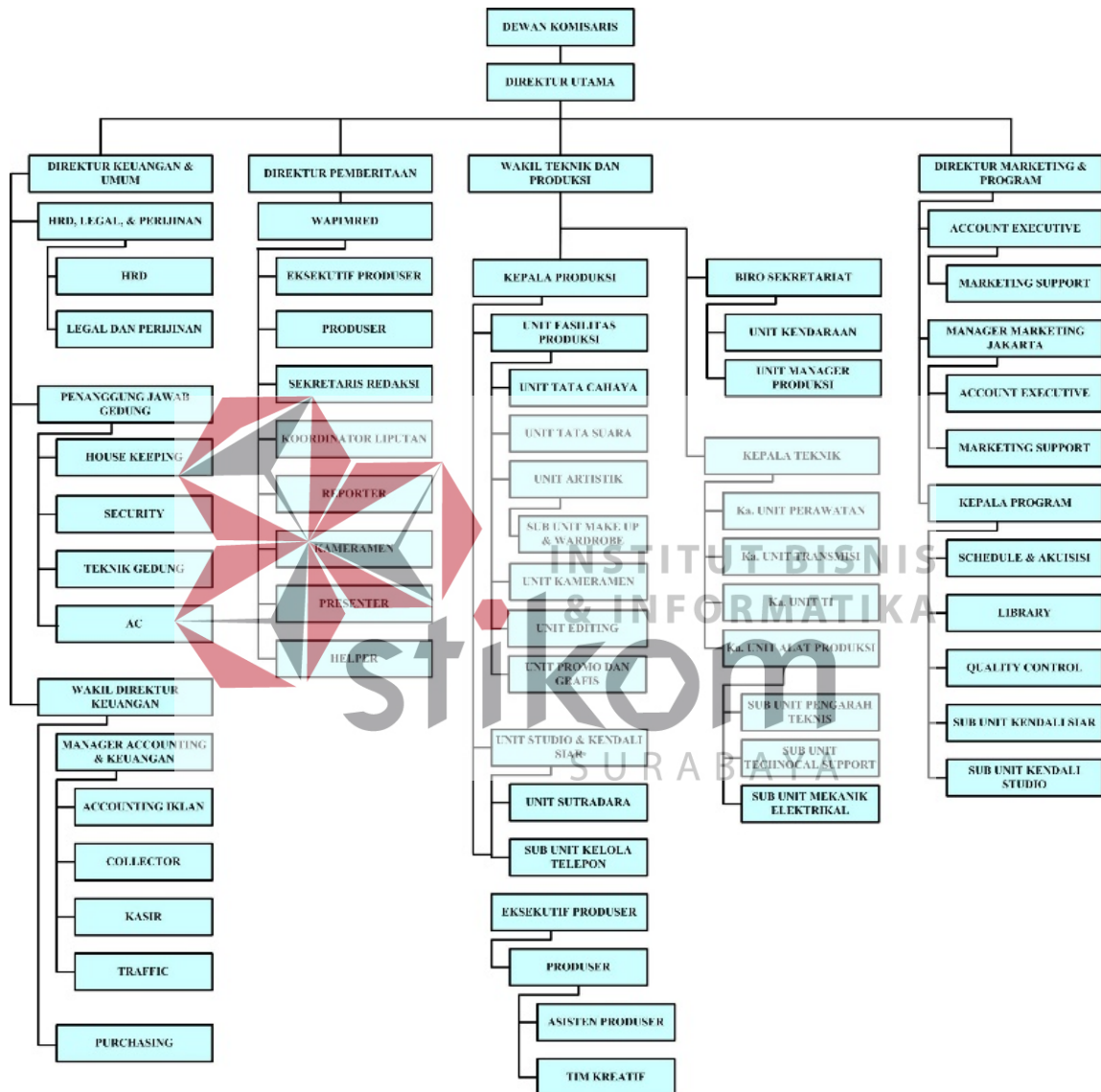


INSTITUT BISNIS  
& INFORMATIKA

stikom

## 2.5 Struktur Perusahaan

Struktur perusahaan di PT. Jawa Pos Media Televisi adalah sebagai berikut:



Gambar 2.3

*Struktur Perusahaan PT. Jawa Pos Media Televisi (JTV)*

## 2.6 Alamat dan Kontak Perusahaan

Tempat : PT. Jawa Pos Media Televisi

Alamat : Gedung Graha Pena Lt.1 – Jl. Ahmad Yani 88 Surabaya

Buka : Senin – Minggu, 08.00 – 17.00

Phone / Fax / Hp : (081) - 330049595

Website / Email : [www.jtv.co.id](http://www.jtv.co.id) / [contact@jtv.co.id](mailto:contact@jtv.co.id)





## BAB III

### LANDASAN TEORI

#### 3.1 Logo

*Logo* adalah singkatan dari logotype. Istilah logo baru muncul tahun 1937 dan kini istilah logo lebih populer daripada logotype. Logo merupakan sebuah visi penyampaian citra positif melalui sebuah tampilan sederhana dalam bentuk simbol. Logo bisa menggunakan berbagai elemen yang disederhanakan, misalnya gambar, ilustrasi, teks, dan lainnya. Logo juga di katakan sebagai elemen gambar/symbol pada identitas visual.

Fungsi dasar dari logo adalah menjadi identitas pada sebuah perusahaan, dimana logo ini akan membedakan antara perusahaan satu dengan perusahaan lainnya. Maka dalam pembuatan sebuah logo, logo harus di buat sesederhana mungkin agar logo mudah di ingat dan mudah di terapkan dalam berbagai media. Selain itu, logo juga harus dapat menggambarkan citra dari perusahaan tersebut.

Dalam sebuah blog ([nolsatumedial.blogspot.com](http://nolsatumedial.blogspot.com)) disebutkan bahwa ada lima (5) Fungsi Logo dalam Bisnis:

1. Sebagai penanda suatu bisnis.
2. Sebagai pembeda antara suatu bisnis dengan bisnis lain yang menjadi kompetitor.

3. Simbol keunggulan bisnis Anda.
4. Simbol kualitas bisnis Anda.
5. Sarana membentuk persepsi konsumen terhadap bisnis Anda.

Menurut Rustan Suryanto (2009: 27) dalam bukunya yang berjudul

Mendesain Logo, sebuah logo yang baik harus memiliki kriteria sebagai berikut:

1. *Unik*, menurut kamus bahasa Indonesia berarti lain dari pada yang lain atau tidak ada persamaan dengan yang lain
2. *Simple*, menurut kamus bahasa Indonesia berarti mudah untuk dimengerti atau dikerjakan, sederhana
3. *Fleksibel*, menurut kamus bahasa Indonesia berarti mudah dibengkokkan

Dari penjelasan diatas diharapkan para desainer mampu membuat desain logo yang baik dan menghindari kriteria logo yang buruk, disebutkan dalam sebuah blog ([nolsatumedia.blogspot.com](http://nolsatumedia.blogspot.com)) kriteria logo yang buruk adalah:

1. *Serupa dengan logo Kompetitor*

Sebuah logo suatu perusahaan menggunakan elemen serta warna yang serupa dengan logo kompetitornya sehingga terlihat memiliki konsep yang sama

## 2. *Pasaran*

Desain logo telah banyak digunakan oleh perusahaan atau jasa lain yang lebih dulu dikenal oleh masyarakat

## 3. *Rumit / Ribet*

Desain logo jauh dari kesan *simple* (sederhana), menggunakan elemen dan warna yang terlalu banyak

## 4. *Sulit diaplikasikan di berbagai media*

Desain logo yang memiliki kesan terlalu rumit akan sulit untuk diaplikasikan di berbagai media karena akan merusak desain media tersebut

## 5. *Sulit dikenali dalam berbagai ukuran*

## 6. *Sulit diingat konsumen*


## 7. *Tidak mewakili karakter bisnis*

## 8. *Berumur singkat.*

Logo memiliki berbagai macam elemen dan bentuk yang kesemuanya itu memiliki kesatuan yang membentuk identitas. Secara umum, BIRD (Board of International Research in Design) dalam Design Dictionary menyebutkan bahwa logo biasanya mengandung teks, gambar atau kombinasi keduanya.

Berbagai macam pengertian tentang logo dan elemennya menimbulkan pemahaman yang berbeda-beda terhadap logo. Dalam salah satu artikelnya, Design Institute of Australia mendefinisikan logo sebagai sebuah simbol atau gambar pengidentifikasi perusahaan tanpa kehadiran nama perusahaan. Untuk mendapatkan pemahaman yang lengkap mengenai logo, terdapat beberapa istilah tentang logo yang saling terkait antara satu dengan lainnya :

1. *Entitas atau Entity*, adalah objek sebenarnya yang dimaksudkan. Contohnya Negara Republik Indonesia adalah sebuah entitas yang diwakili oleh bendera merah putih. Entitas dapat berupa apa saja, baik itu objek fisik maupun non-fisik, seperti barang dan jasa, organisasi (perusahaan, lembaga, partai), manusia (pribadi maupun kelompok), tempat (daerah, kota, negara), konsep (ide, gagasan), pengalaman, dan peristiwa.
2. *Logotype*, berasal dari bahasa Yunani “logos” yang berarti kata, pikiran, pembicaraan, akal budi. Istilah ini muncul sekitar tahun 1810-1840, yang diartikan sebagai tulisan nama entitas yang didesain secara khusus dengan menggunakan teknik lettering atau memakai jenis huruf tertentu. Karena brand merupakan sebuah persaingan, maka desainer membuatnya semakin unik dan berbeda satu sama lain. Mereka mengolah huruf tersebut, menambahkan elemen gambar, bahkan tulisan dan gambar berbau menjadi satu. Dan semua itu masih banyak yang menyebutnya dengan istilah logotype. Fungsi dari logotype ini adalah :

- a. Identitas diri. Untuk membedakannya dengan identitas milik orang lain.
  - b. Tanda kepemilikan. Untuk membedakan miliknya dengan milik orang lain.
  - c. Tanda jaminan kualitas.
  - d. Mencegah peniruan/pembajakan.
3. *Logo*, adalah singkatan dari logotype. Istilah ini baru muncul tahun 1937 dan sampai saat ini istilah ini lebih populer dibandingkan logotype. Logo dapat menggunakan elemen apa pun, seperti teks, logogram, gambar, ilustrasi dan lainlain.
- 

4. *Logogram*, berbeda dengan logotype orang beranggapan logogram adalah elemen gambar pada logo. Kemungkinan besar istilah logogram telah mengalami perubahan makna karena kemiripan kata dengan logotype. Sebenarnya logogram adalah sebuah simbol tulisan yang mewakili sebuah kata atau makna. Sebagai contoh, angka-angka dan lambang-lambang matematika. „1“ mewakili „satu“, „+“ mewakili „tambah“. Fungsi dari logogram adalah untuk mempersingkat penulisan sebuah kata. Logogram sering juga disebut ideogram (simbol yang mewakili sebuah ide atau maksud).
5. *Signature*, berasal dari bahasa latin signāre, yang berarti to mark, sign. Selain berarti tanda tangan, signature secara umum juga berarti karakteristik/identitas/tanda/ciri khusus yang diterapkan pada sebuah objek.

Logo merupakan signature dari sebuah entitas. Namun signature tidak terbatas hanya bersifat visual, karena signature dapat juga berupa audio/suara/musik.

6. *Mark*, memiliki pengertian yang sangat luas dan sangat umum digunakan yang tidak hanya eksklusif di area desain grafis saja yang menggunakannya. Pada intinya mark berarti tanda atau lambang atau sign. Sebagian orang menyebut elemen gambar pada logo sebagai mark.

7. *Wordmark*, sesuai dengan namanya, wordmark adalah logo yang terdiri dari tulisan saja, serupa dengan makna awal mula istilah logotype. Namun istilah ini telah mengalami perluasan makna, karena sebagian orang mengatakan hanya elemen tulisannya saja yang disebut wordmark (untuk logo yang memiliki berbagai elemen lain).

8. *Brand*, berbagai bidang memandang brand dari sudut pandangnya masing-masing, antara lain: bisnis dan keuangan, marketing, davertising, sales, promotion, public relation, komunikasi, desain grafis, semiotic, psikologi, statistik, antropologi, sosiologi dan lain-lain. Karena itu makna brand menjadi sangat luas.

Di masyarakat umum, brand secara populer dianggap sama dengan logo, merek, atau nama entitas. Semua bersifat fisik semata. Padahal sebenarnya brand lebih merupakan rangkuman pengalaman dan asosiasi terhadap sebuah entitas,

jadi jauh lebih dalam dari sekedar fisik saja. Sedangkan branding adalah kegiatan membangun sebuah brand. Membuat identitas, termasuk logo, merupakan salah satu kegiatan branding.

### 3.2 Warna

Warna-warni tercipta karena adanya cahaya. Tanpa adanya cahaya, manusia tidak akan dapat membedakan warna. Seperti halnya jika kita memasuki sebuah ruangan yang gelap dan tertutup tanpa adanya cahaya, maka mata kita tidak akan dapat membedakan warna-warni yang ada di dinding tersebut. Pada tahun 1666 pengetahuan tentang warna didefinisikan oleh Sir Isaac Newton. Dimana ketika itu Newton secara tidak sengaja melihat spectrum warna yang dihasilkan oleh cahaya yang terpancar melalui sebuah gelas prisma. (Nuryawan:101)

Perasaan nyaman dan tidak nyaman akan timbul saat kita dihadapkan pada beberapa karya desain baik poster, lukisan, flyer, ataupun karya desain dan media promosi lainnya. Salah satu penyebabnya adalah penggunaan warna yang terdapat dalam desain tersebut tidak tepat. Penerapan warna pada sebuah desain akan menimbulkan kesan dan perasaan tertentu. Dalam dunia desain grafis, warna menjadi hal yang sangat penting dan juga sangat berpengaruh terhadap sebuah karya desain.

Oleh karena itu, seorang desainer juga harus mengerti tentang kaitan-kaitan warna dalam desain grafis sebagai berikut :

## 1. Color Wheel (Roda Warna)

Teori dasar warna yang digambarkan dalam bentuk lingkaran (roda) atau yang biasa disebut dengan Color Wheel (roda warna) ini terdiri dari tiga warna dasar, yaitu merah, biru, dan kuning yang biasa disebut sebagai warna Primer. Kemudian pencampuran dari dua warna dasar ini melahirkan warna baru berupa warna sekunder. Selanjutnya warna primer yang dicampur dengan warna sekunder akan menghasilkan warna tersier. Warna-warna tersebut digambarkan dalam sebuah lingkaran warna yang lebih dikenal dengan sebutan Color Wheel. Adapun beberapa aturan dasar yang terkait dengan Color Wheel :

### a. Monochromatic color

Merupakan perpaduan warna dari beberapa warna yang bersumber dari satu warna dengan nilai dan intensitas yang berbeda.

### b. Warna Analog

Merupakan kombinasi dari warna – warna terdekat

### c. Warna Pelengkap

Digunakan saat dimana beberapa desain membutuhkan sebuah nilai kontras yang cukup untuk menarik perhatian lebih dari pembaca visual. Misal :biru dan orange, merah dan hijau.



#### d. Warna Triad

Teori roda warna menjelaskan bagaimana warna-warna dasar mampu melahirkan berbagai warna baru disekitarnya. Terdapat sangat banyak sekali kombinasi warna selain dari warna-warna dasar untuk dapat membuat sebuah desain tampak unik dan berbeda.

#### 2. Ruang pada Warna

Selain dapat mempengaruhi ruang dan bentuk, warna juga dapat mempengaruhi kesan yang disampaikan pada warna. Atau dapat juga disebut sebagai respon naluriyah pada mata dalam menyikapi suatu kesan pada sebuah visual.

#### 3 Kontras Warna

Kontras warna dapat dipengaruhi oleh warna-warna yang ada disekitarnya.

Teorinya sangat sederhana : Kontras = Gelap VS Terang.

#### 4. Psikologi Warna

Warna dapat memberikan kesan serta mewakili karakter dan perasaan-perasaan tertentu. Oleh sebab itu psikologi warna memiliki peranan yang sangat penting dalam dunia desain. Dimana dapat membantu seorang desainer untuk memilih dan visual yang efektif, dan dapat membangun kesatuan rasa kepada pembaca visual.

## 5. Bidang Warna

Garis Outline pada sebuah bidang berfungsi sebagai pembatas warna agar tidak terlihat menyebar keselilingnya. Semakin tipis garis outline yang diberikan, maka semakin tersebar warna ke area luar bidang. Begitu pula sebaliknya.

## 6. Skema Warna

Skema warna adalah beberapa warna yang dikombinasikan sedemikian rupa sehingga mampu menciptakan nuansa tertentu. Istilah skema warna ini biasanya digunakan dalam dunia desain interior. Skema Warna dibedakan menjadi dua jenis, yaitu :

### a. Skema Warna komplementer

Skema warna komplementer atau kontras adalah suatu skema warna yang merupakan perpaduan antara dua warna yang terletak bersebrangan satu sama lain pada lingkaran warna. Skema warna komplementer atau kontras yang umum adalah perpaduan antara satu warna primer dengan satu warna sekunder yang terletak bersebrangan.

### b. Skema Warna Split Komplementer

Skema warna split komplementer adalah satu jenis skema warna yang didasari oleh skema warna komplementer yang sudah baku namun memiliki variasi yang berbeda. Split Komplementer adalah suatu skema warna yang

menggunakan kombinasi dari dua warna yang dipadukan dengan dua warna lain yang letaknya berdekatan atau bersebelahan atau mengapit warna yang letaknya tepat bersebrangan dengan warna tersebut. Jadi pada skema warna split komplementer terdapat tiga warna yang dipadukan.

### 3.3 Tipografi

Menurut Danton dalam bukunya yang berjudul *Tipografi dalam Desain Grafis Tipografi*, tipografi merupakan salah satu elemen yang penting dalam desain. Tipografi berfungsi sebagai elemen pelengkap dalam desain, bisa dikatakan tipografi merupakan visual language atau bahasa yang dapat dilihat. Dianggap sebagai elemen pelengkap karena tipografi berfungsi untuk menjelaskan elemen desain yang lain seperti konsep dan ilustrasi dalam desain. Tipografi terdiri dari susunan huruf yang membentuk rangkaian kata. Berdasarkan garis besarnya jenis huruf dalam tipografi dapat diklasifikasikan menjadi tiga jenis yaitu Blackletter, Serif dan Sans Serif.

Blackletter, dikenal juga sebagai naskah Gothic, adalah jenis typeface dalam naskah yang digunakan di penjuru Eropa Barat, dari sekitar tahun 1150 sampai akhir abad ke-17. Blackletter terus digunakan dalam bahasa Jerman sampai dengan abad ke-20. Fraktur adalah salah satu jenis naskah yang terkenal dalam jenis ini, dan kadang-kadang seluruh keluarga blackletter disebut Fraktur. Kadang blackletter disebut Old English, tapi istilah ini bukan berarti blackletter adalah huruf yang digunakan dalam naskah literatur Inggris Kuno. Bahasa Inggris Kuno

atau Anglo-Saxon yang jauh lebih tua beberapa abad dari naskah-naskah blackletter.

Serif, Jenis huruf Serif adalah huruf yang memiliki garis-garis kecil yang berdiri horizontal pada badan huruf. Garis-garis kecil ini biasa disebut juga *counterstroke*. *Counterstroke* inilah yang membuat jenis huruf serif lebih mudah dibaca karena garis tersebut membantu menuntun mata pembaca melalui suatu garis teks meskipun dalam komposisi teks yang panjang. Sangat cocok digunakan untuk teks content atau isi. Font Serif cenderung digunakan untuk hal-hal yang bersifat formal. Font Serif sering sekali digunakan sebagai body text dan headline. Hal ini yang menyebabkan koran-koran memakai Font Serif untuk setiap artikelnya. Contoh font yang dapat dikelompokkan pada jenis huruf serif adalah : Times New Roman, Garamond, Book Antiqua, Palatino Linotype, Bookman Old Style, Calisto MT, Dutch, Euro Roman, Georgia, Pan Roman, Romantic, Souvenir, dan lain-lain.

Sans Serif, Jenis huruf sans serif adalah jenis huruf yang tidak memiliki garis-garis kecil dan bersifat solid. Jenis huruf seperti ini lebih tegas, bersifat fungsional dan lebih modern. Contoh font yang digolongkan kepada sans serif adalah : Arial, Futura, Avant Garde, Bitstream Vera Sans, Century Gothic dan lain sebagainya. Pada masa Revolusi Industri huruf ini hanya digunakan sebagai display type (huruf yang bentuk fisik dan ukurannya hanya layak digunakan untuk headline). Huruf ini merupakan simbolisasi penolakan terhadap gaya-gaya huruf lama Blackletter ataupun Serif yang dianggap tidak lagi mewakili semangat

modernisme. Melihat dari pertimbangan fungsional. Huruf Sans Serif dianggap sebagai pilihan sempurna karena lebih mudah dibaca.

Dalam dunia desain, typography terdiri dari berbagai macam jenis huruf. Tampilan fisik dari jenis-jenis huruf yang berbeda dan memiliki karakter masing-masing memiliki potensi dalam merefleksikan sebuah kesan. Jenis-jenis huruf tersebut digunakan sesuai dengan kebutuhan dan karakter dari sebuah desain. Adapula huruf-huruf yang khusus diciptakan untuk keperluan sebuah rancangan grafis, huruf ini di sebut dengan custom typefaces. (Tipografi dalam Desain Grafis. 2001:53-71)

### 3.4 Elemen Desain

#### 3.4.1 Elemen Dasar Desain

Menurut Arsad 1984:20, desain merupakan salah satu cabang seni yang bentuk karyanya dinikmati dengan indera penglihatan dan rabaan. Oleh karena itulah, seni rupa dalam bahasa Inggris disebut *visual art*. Artinya karya seni yang dapat dilihat, memiliki wujud yang nyata (kasat mata).

Sebagai salah satu cabang seni, karya seni rupa memiliki beberapa elemen yang membentuknya, bagaimanapun sederhananya karya tersebut. Elemen-elemen pembentuk tersebut dalam dunia desain disebut dengan elemen desain. Dalam sebuah buku karangan Atisah Sipahelut yang berjudul *Seni Rupa dan Desain* menjelaskan unnsur-unsur tersebut meliputi:

### 1. Garis

Garis merupakan deretan titik yang menyambung dengan kerapatan tertentu, atau dapat pula berupa dua buah titik yang dihubungkan. Garis memiliki sifat memanjang dan memiliki arah tertentu. Walaupun memiliki unsur ketebalan, namun sifat yang paling menonjol adalah dimensi panjangnya. Dari bentuknya, garis dibedakan atas garis lurus, garis lengkung, dan garis patah (zig zag). Garis juga memiliki karakter tertentu tergantung pada media, teknik, dan tempat membuatnya.

### 2. Bidang / Bentuk

Bidang merupakan unsur rupa yang memiliki dimensi panjang dan lebar, sedangkan bentuk memiliki dimensi panjang, lebar, dan tinggi. Atau dengan kata lain bidang bersifat pipih, sedangkan bentuk memiliki isi atau volume. Dari bentuknya bidang maupun bentuk terdiri dari beberapa macam, yakni; bidang geometris, bidang biomorfis (organis), bidang bersudut, dan bidang tak beraturan. Bidang dapat terbentuk karena kedua ujung garis yang bertemu, atau dapat pula terjadi karena sapuan warna.

### 3. Tekstur

Tekstur merupakan sifat permukaan sebuah benda. Sifat permukaan dapat berkesan halus, kasar, kusam, mengkilap, licin, berpori dan sebagainya. Kesan-kesan tersebut dapat dirasakan melalui penglihatan dan rabaan. Oleh karena itu terdapat dua jenis tekstur, yaitu tekstur nyata, yaitu sifat permukaan yang menunjukkan kesan sebenarnya antara penglihatan mata dan rabaan, dan tekstur semu (maya), yaitu kesan permukaan benda yang antara penglihatan dan rabaan dapat berbeda kesannya.

#### 4. Warna

Secara teori warna dapat dipelajari melalui dua pendekatan, yaitu teori warna berdasarkan cahaya (dipelopori Isac Newton), dan teori warna berdasarkan pigmen warna (Goethe). Teori warna berdasarkan cahaya dapat dilihat melalui tujuh spectrum warna dalam ilmu Fisika seperti halnya warna pelangi. Untuk kepentingan pembelajaran seni rupa, artikel ini membahas teori warna berdasarkan pigmen, yakni butiran halus pada warna.

Beberapa istilah yang perlu diketahui dalam teori warna pigmen diantaranya; 1) .Warna Primer, yakni warna dasar atau warna pokok yang tidak dapat diperoleh dari campuran warna lain. Warna primer terdiri dari merah, kuning, dan biru, 2). Warna Sekunder, yaitu warna yang diperoleh dari campuran kedua warna primer, misalnya warna ungu, oranye (jingga) , dan hijau, 3). Warna Tersier, yakni warna yang merupakan hasil percampuran kedua warna sekunder, 4). Warna analogous, yaitu deretan warna yang letaknya berdampingan dalam

lingkaran warna, misalnya deretan dari warna ungu menuju warna merah, deretan warna hijau menuju warna kuning, dan lain-lain, 5). Warna komplementer, yakni warna kontras yang letaknya berseberangan dalam lingkaran warna, misalnya, kuning dengan ungu, merah dengan hijau, dan lain-lain.

#### 5. Gelap Terang

Dalam karya seni rupa dua dimensi gelap terang dapat berfungsi untuk beberapa hal, antara lain: menggambarkan benda menjadi berkesan tiga dimensi, menyatakan kesan ruang atau kedalaman, dan memberi perbedaan (kontras). Gelap terang dalam karya seni rupa dapat terjadi karena intensitas (daya pancar) warna, dapat pula terjadi karena percampuran warna hitam dan putih.

#### 6. Ruang (kedalaman)

Ruang dalam karya tiga dimensi dapat dirasakan langsung oleh pengamat seperti halnya ruangan dalam rumah, ruang kelas, dan sebagainya. Dalam karya dua dimensi ruang dapat mengacu pada luas bidang gambar. Unsur ruang atau kedalaman pada karya dua dimensi bersifat semu (maya) karena diperoleh melalui kesan penggambaran yang pipih, datar, menjorok, cembung, jauh dekat dan sebagainya.

Oleh karena itu dalam karya dua dimensi kesan ruang atau kedalaman dapat ditempuh melalui beberapa cara, diantaranya: 1). Melalui penggambaran gempal, 2). Penggunaan perspektif, 3) Peralihan warna, gelap terang dan tekstur, 4). Pergantian ukuran, 5). Penggambaran bidang bertindih, 6) Pergantian tampak



bidang, 7). Pelengkungan atau pembelokan bidang, dan 8). Penambahan bayang – bayang.

### 3.4.2 Prinsip Dasar Desain

Sebuah desain harus memenuhi beberapa prinsip desain agar menghasilkan sebuah desain yang menarik. Dalam buku Nirmana Dwimatra (Drs. Arfial Arsad Hakin, 1984) dijelaskan bahwa prinsip-prinsip desain diantaranya:

#### 1. Keseimbangan

Terdapat dua pendekatan dasar untuk menyeimbangkan. Pertama merupakan keseimbangan simetris yang merupakan susunan dari elemen agar merata kekiri dan kekanan dari pusat. Kedua merupakan keseimbangan asimetris yang merupakan pengaturan yang berbeda dengan berat benda yang sama disetiap sisi halamannya.

Simetris bisa menjadi kekuatan dan stabilitas publikasi, presentasi, dan situs website. Asimetris dapat menyiratkan kontras, berbagai gerakan, mengejutkan, dan lainnya.

#### 2. Irama atau ritme

Irama atau ritme adalah penyusunan unsur-unsur dengan mengikuti suatu pola penataan tertentu secara teratur agar didapatkan kesan yang menarik. Penataannya dapat dilaksanakan dengan mengadakan pengulangan maupun pergantian secara teratur.

### 3. Penekanan atau Fokus

Focus atau pusat perhatian selalu diperlukan dalam suatu komposisi untuk menunjukkan bagian yang dianggap penting dan diharapkan menjadi bagian utama.

### 4. Kesatuan

Kesatuan atau unity merupakan salah satu prinsip yang menekankan pada keselarasan dari unsure-unsur yang disusun, baik dalam wujudnya maupun kaitannya dengan ide yang melandasinya. Dengan adanya kesatuan ini, elemen-elemen yang ada saling mendukung sehingga diperlukan focus yang dituju.



INSTITUT BISNIS  
& INFORMATIKA  
**stikom**  
SURABAYA

## BAB IV

### DESKRIPSI PEKERJAAN

INSTITUT BISNIS  
& INFORMATIKA

stikom

SURABAYA

#### 4.1 Brief

Klient menginginkan sebuah logo yang kegunaannya sebagai acara ulang tahun JTV yang ke-16 dan bisa digunakan media lainya seperti media promosi, program acara, dan lain sebagainya.

#### 4.2 Penentuan Konsep Logo

Dalam pembuatan logo acara ulang tahun JTV yang ke 16, konsep pembuatan di tentukan oleh pihak klient sendiri. Dengan mengusung konsep yaitu *tegas dan simple* .

#### 4.3 Perancangan Karya

Setelah mengetahui konsep yang akan dipakai untuk perancangan karya, maka dilakukanlah tahap perancangan karya. Dimulai dari Sketch logo, Refine Sketch, Alternative Design, Computerize, Coloring, Final Artwork setelah jadi logo akan diberikan kepada pihak JTV yang nantinya akan di terapkan untuk media promosi dan ditayangkan di televisi.

#### 4.3.1 Sketch Logo

Dalam pembuatan logo diawal berupa sketch, yang menggunakan konsep awal *tegas dan simple* yang telah dibuat. Mulailah dengan 10 sampai 20 sketsa atau ide-ide sederhana, dari hal itu dapat dikembangkan lagi atau divariasikan menjadi ide yang orisinil. Dengan sketch kasar klient bisa memilih mana yang akan di jadikan logo.



Gambar 4.1 Sketch Logo

#### 4.3.2 Alternative Design

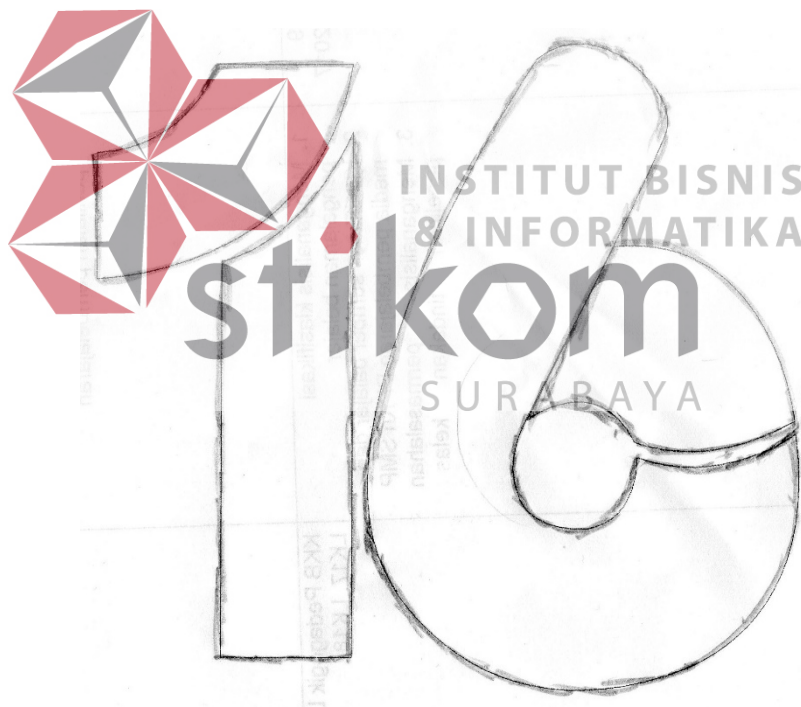
Alternative Design adalah penambahan logo atau variasi logo agar klient dapat membandingkan dan memilih logo mana yang akan digunakan. Logo Ulang Tahun JTV Ke-16 terdapat 4 Alternative yang sudah di design akan tetapi harus dipilih salah satunya.

Gambar 4.2 *Alternative Logo*

( Sumber : JTV Surabaya, 2017 )

#### 4.3.3 Refine Sketch

Refine Sketch adalah komplemen akhir yang komprehensif atau final. Gambaran konsep rinci yang kami sampaikan kepada klien kami, dan dieksekusi sampai tingkat yang lebih jelas menggambarkan setiap aspek konsep. Logo Ulang Tahun JTV Ke-16 sendiri sudah disetujui oleh klient karena sketch tersebut sudah mewakili konsep mereka.



Gambar 4.3 *Refine Sketch Logo Ulah JTV Ke-16 yang terpilih*

( Sumber : Penulis, 2017 )

#### 4.3.4 Computerize

Computerize adalah tahapan dimana sketch yang di proses secara digital dengan menggunakan Software, contohnya seperti Adobe Illustrator, Corel Draw, Photoshop. Pada akhirnya Logo JTV yang Ke-16 sudah memiliki Logo yang telah disetujui dan membuatnya menggunakan Software Adobe Illustrator.



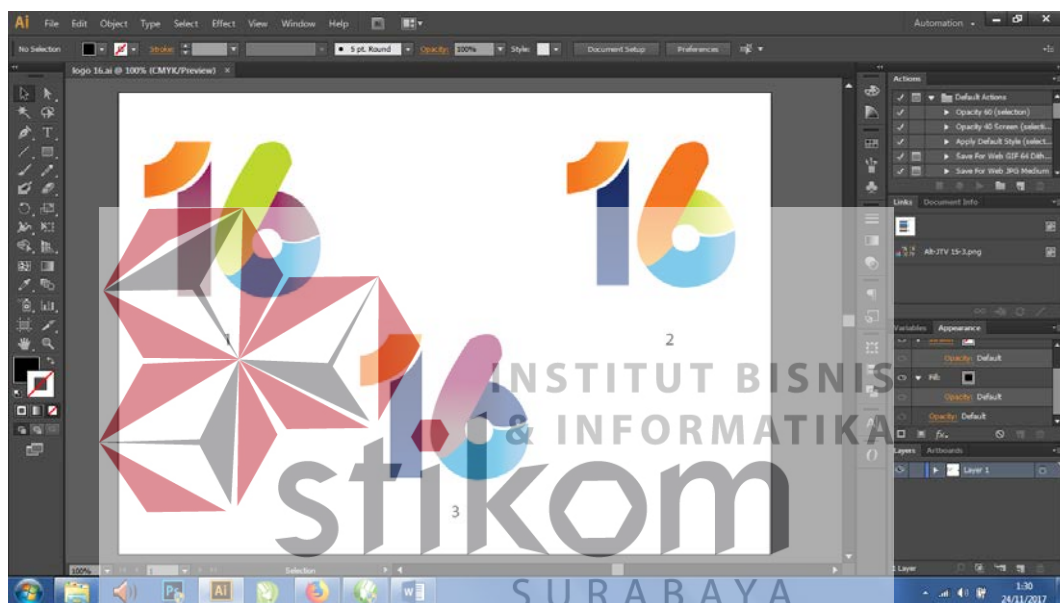
Gambar 4.4 Proses *Computerize Logo Ultah JTV Ke-16* dengan  
*menggunakan adobe ilutrator*

( Sumber : Hasil Olahan Penulis, 2017 )

#### 4.3.5 Coloring

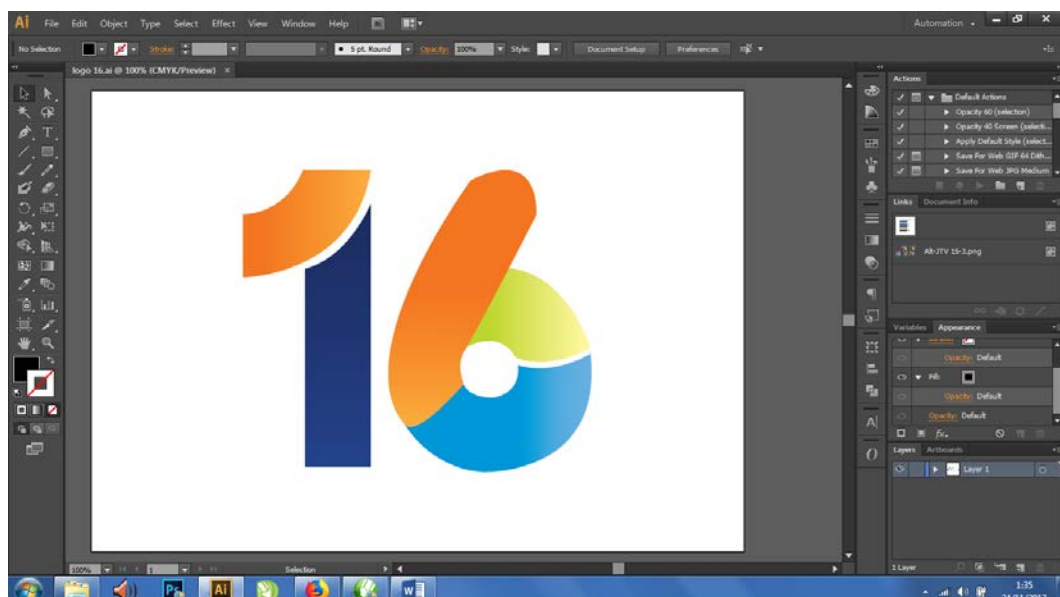
Coloring adalah teknik yang digunakan untuk menegaskan warna dari sebuah gambar. Proses ini adalah proses untuk pemilihan warna dan proses koreksi warna. Dalam proses ini warna yang di gunakan sesuai dengan warna

primary dan secondary logo dari JTV sendiri. Pemilihan warna ini juga telah disetujui oleh pihak JTV.



Gambar 4.5 Proses Coloring dengan berbagai alternative.

( Sumber : Hasil Olahan Penulis, 2017 )





Gambar 4.6 Coloring yang telah terpilih.

( Sumber : Hasil Olahan Penulis, 2017 )

#### 4.3.6 Final Artwork

Final Artwork (FA) adalah materi final design yang sudah approved (disetujui) oleh klien untuk digunakan dan siap dicetak. Pada tahapan ini logo Ulang Tahun JTV yang Ke-16 sudah di approve dan sudah siap digunakan



pada media promosi, program acara dan lain sebagainya.

Gambar 4.7 Logo Ulang JTV Ke-16 yang telah terpilih dan siap digunakan.

( Sumber : Hasil Olahan Penulis, 2017 )

Filosofi makna warna yang terpilih dari logo diatas menggambarkan tegas dan simple.

## BAB V

### PENUTUP

Pada bab ini penulis akan menjelaskan beberapa teknik dalam perancangan pembuatan logo, seperti yang telah terencana pada analisis data dan konsep desain yang tertulis pada bab sebelumnya. Berikut ini perancangan berupa Perancang Logo Ulang tahun JTV Ke-16 Di PT. Jawa Pos Media Televisi.

#### 5.1 Kesimpulan

Beberapa kesimpulan yang dapat penulis ambil dari Merancang Logo Ulang tahun JTV Ke-16 Di PT. Jawa Pos Media Televisi adalah :

1. Untuk merancang Logo tersebut di tentukannya konsep desain yang *Tegas dan Simple* dalam semua bentuk desain yang di gunakan pada Logo tersebut. *Tegas* sendiri adalah tidak ada keraguan dan tidak bimbang, menegaskan sebuah acara itu sendiri. *Simple* sendiri berarti adalah tidak berbelit, tidak rumit, mudah dipahami oleh orang awam terutama calon klien.
2. Perancangan Logo Ulang tahun JTV Ke-16 Di PT. Jawa Pos Media Televisi ini diharapkan dapat mencerminkan seperti apa gambaran agar

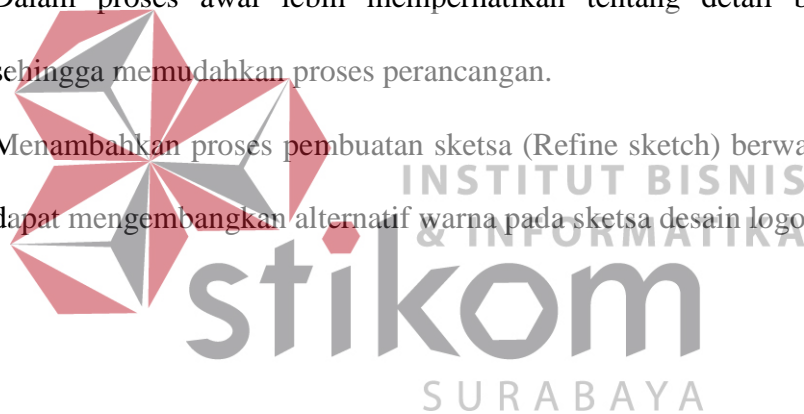
lebih jelas, dan dapat memberikan informasi terhadap masyarakat akan adanya sebuah acara tersebut.

## 5.2 Saran

Adapun saran penulis setelah melakukan kerja praktik di Perancang Logo

Ulang tahun JTV Ke-16 Di PT. Jawa Pos Media Televisi adalah :

1. Dalam proses awal lebih memperhatikan tentang detail brief konsep, sehingga memudahkan proses perancangan.
2. Menambahkan proses pembuatan sketsa (Refine sketch) berwarna sehingga dapat mengembangkan alternatif warna pada sketsa desain logo terpilih.



## DAFTAR PUSTAKA

### Sumber Buku

Lance, S., & Woll, J. 2006. *The Little Blue Book Of Advertising*. Jakarta: PT. Bhuana Ilmu Populer.

Danton Sihombing, MFA, Wagiono Sunarto, Msc 2001. *Tipografi dalam Desain Grafis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka

Arsad Drs, Arfial Hakim. 1984. *Nirmana Dwimatra* (Desain dasar Dwimatra)

Prisma Haris Nuryawan, Winny Gunarti, Sri Rahayu Dawmawani. 2009. *Kombinasi Warna Komplementer*. Jakarta Barat: PT Gramedia Pustaka

Djamarah, Syaiful Bahri, 1995. *Strategi Belajar Mengajar*. Banjarmasin. Rineka Cipta.

Purnamawati dan Eldani 2001. *Media Pembelajaran*. Jakarta

### Sumber Internet

<http://inspirationhut.net>

<http://id.wikipedia.org/wiki/Logo>

<http://artikata.com/arti-327848-garis.html>

<http://sondis.blogspot.com/2013/03/pengertian-penentuan-prinsip-desain.html>

<http://helliumworks.blogspot.com/2010/12/tipografi-arti-dan-fungsinya.html>